

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* MRCCC SILOAM *HOSPITALS***  
**SEMANGGI DALAM MEMBANGUN CITRA**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Siera Margaretha Yosepha 1200958614**



**Universitas Bina Nusantara**

**Jakarta**

**2012**

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* MRCCC SILOAM *HOSPITALS***

**SEMANGGI DALAM MEMBANGUN CITRA**

**SKRIPSI**

**diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk gelar kesarjanaan pada  
Jurusan Komunikasi Pemasaran  
Jenjang Pendidikan Strata-1**

**Oleh**

**Siera Margaretha Yosepha 1200958614**



**Universitas Bina Nusantara**

**Jakarta**

**2012**

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* MRCCC SILOAM *HOSPITALS* SEMANGGI  
DALAM MEMBANGUN CITRA**

**SKRIPSI**

**Disusun oleh :**

**Siera Margaretha Yosepha**

---

**1200958614**

**Disetujui oleh :**

**Pembimbing**

**Dina Sekar Vusparatih, S.IP**

---

**Kddsn : D3300**

**Universitas Bina Nusantara**

**Jakarta**

**2012**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan Skripsi Ini :*

*Kepada yang tercinta Bapak,  
You always be in my heart forever  
and I always be your little girl. . .*

## KATA PENGANTAR

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”. Sebuah ayat Alkitab sederhana yang diambil dari kitab Filipi 4 : 13 inilah yang setiap hari mengingatkan penulis akan kebesaran kuasa Tuhan. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan puji dan syukur pertama kali kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan perlindunganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Media Relations* MRCCC Siloam *Hospitals* Semanggi dalam Membangun Citra”.

Terdapat banyak pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu. Oleh sebab itu, dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Harjanto Prabowo, MM, Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Dr. Engkos Achmad Kuncoro, SE, MM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi.
3. Bapak Drs. Raden Damianus Cosmas Bambang Mulyono, Dipl.Broad.Jour, Ketua Jurusan Komunikasi Pemasaran.
4. Ibu Vini Mariani Siregar, S. Kom., MM, Sekretaris Jurusan Komunikasi Pemasaran.
5. Ibu Dina Sekar Vusparatih, S.IP, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati telah membimbing, memberi pengarahan, dan masukan kepada penulis dari awal penyusunan skripsi hingga selesai. Pengalaman yang sangat berkesan dan menyenangkan selama mendapatkan bimbingan dari beliau.

6. Seluruh staf MRCCC Siloam *Hospitals* Semanggi yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian serta mendapatkan data-data yang diperlukan. Ibu Agustine, dr. Edvina, Ka Christoper, Ka Heru, Mas Bambang, Mas Widji, Pak Ferdinand, Ka Fenty terima kasih atas bimbingannya selama melakukan kerja praktek. Penulis mendapatkan banyak pengetahuan dan pengalaman baru yang tidak akan terlupakan. Teman-teman magang Xola dan Ocha, *it has been memorable three months with you guys.*
7. Untuk keluarga tercinta, Mama yang dengan kesabarannya selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis, memberikan kepercayaan penuh bahwa penulis sanggup menyelesaikan studinya, serta selalu tekun berdoa untuk anak-anaknya. *I love you, mom. You are the tough woman I ever know.* Kepada semua kakak dan abangku tercinta, Ka Chida, Bang Leon, Ka Riris, Ka Abri yang telah menjadi kakak dan abang terbaik di dunia. *Love you all...*
8. Abraham Benedict Toggoshan Manalu yang selalu setia menemani, memberikan dukungan, dan semangat selama penyusunan skripsi ini. Jbosr. Fat Duck, *you rock my world...!*
9. Semua teman-teman satu perjuangan di Binus angkatan 2008. Khususnya Noi, Ika, Femi, Adel, Yasmin, Rina, Memey, Putriana. Kita telah menjalani semuanya bersama-sama dari awal sampai akhir kuliah. Sungguh pengalaman yang sangat berkesan memiliki teman-teman seperti kalian. *Viva friends forever.*
10. Teman-teman terkasih yang selalu meramaikan suasana hati penulis. Teman sedari kecil, Netty, Tiwi, Dede; teman semasa SD, Niken, Nia, Nita, Dita; teman semasa SMP, Alqy, Laura, Sandra, Clara, Novi, Andra, Bongar, Pepi; teman semasa SMA,

Adelina, Yericca, Restia, Bunga, Janet, Balgo, dan juga teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. *You rock guys...!*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, penulis bersifat terbuka apabila terdapat saran dan kritik dari para pembaca agar skripsi ini dapat dikembangkan ke arah yang lebih baik lagi sehingga dapat berguna bagi kebaikan karya ilmiah lainnya. Pada akhirnya, penulis sangat berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kepentingan banyak orang.

Jakarta, 6 Juni 2012

Penyusun,

Siera Margaretha Yosepha

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul Luar .....	i
Halaman Judul Dalam .....	ii
Halaman Persetujuan <i>Hard Cover</i> .....	iii
Halaman Persetujuan Dewan Penguji .....	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Skripsi/Tugas Akhir .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Abstrak .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	xi
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii

## BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Ruang Lingkup .....	10
1.3	Tujuan dan Manfaat .....	11
	1.3.1 Tujuan Penelitian .....	11
	1.3.2 Manfaat Penelitian .....	11
1.4	Metodologi Penelitian .....	12
	1.4.1 Metodologi Pengumpulan Data .....	13



1.4.2	Metode Analisis Data .....	16
1.5	Sistematika Penulisan .....	17

## **BAB 2 LANDASAN TEORI**

2.1	Teori-teori Umum .....	19
2.1.1	Komunikasi .....	19
2.1.2	Komunikasi Massa .....	21
2.1.3	<i>Public Relations</i> .....	24
2.1.3.1	Fungsi <i>Public Relations</i> .....	26
2.1.3.2	Peran <i>Public Relations</i> .....	27
2.1.3.3	Tujuan Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	29
2.2	Teori-teori Khusus .....	31
2.2.1	Strategi <i>Public Relations</i> .....	31
2.2.2	<i>Media Relations</i> .....	34
2.2.2.1	Bentuk-bentuk Kegiatan <i>Media Relations</i> .....	37
2.2.2.2	Fungsi dan Tujuan <i>Media Relations</i> .....	40
2.2.3	Citra .....	42
2.2.3.1	Jenis-jenis Citra .....	43
2.3	Kerangka Pemikiran .....	46

## **BAB 3 OBYEK PENELITIAN**

3.1	Sejarah Singkat MRCCC .....	47
3.1.1	Profil MRCCC .....	50
3.1.2	Visi, Misi, dan Nilai-nilai MRCCC .....	51

3.1.3	Logo MRCCC .....	52
3.1.4	Fasilitas-fasilitas MRCCC .....	52
3.1.5	Struktur Organisasi MRCCC .....	55
3.2	Prosedur yang Berlaku .....	62
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	63
3.3.1	Metode Analisis Data .....	66
3.4	Permasalahan yang Ada .....	67
3.5	Alternatif Pemecahan Masalah .....	69

## **BAB 4 HASIL PENELITIAN**

4.1	Penyajian Data Penelitian .....	70
4.1.1	Wawancara Mendalam .....	70
4.1.2	Observasi Partisipan .....	78
4.1.3	Dokumentasi .....	79
4.1.4	Internet .....	80
4.2	Pengolahan Terhadap Data yang Terkumpul .....	80
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	82
4.3.1	Strategi Marcomm MRCCC .....	83
4.3.2	Strategi <i>Media Relations</i> MRCCC .....	87
4.3.3	Kegiatan <i>Media Relations</i> Terhadap Citra MRCCC .....	97
4.3.4	Hambatan yang Dialami .....	100

## **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan .....	103
-----	----------------	-----

5.2	Saran .....	105
-----	-------------	-----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
-----------------------------	------------

<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>110</b>
----------------------------	------------

<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>111</b>
--------------------------------	------------

## **SURAT SURVEI**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pasien MRCCC bulan Maret 2011 – Januari 2012 .....	3
Tabel 1.2 Persentase Jumlah Pasien MRCCC bulan Januari 2012 .....	4
Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan <i>Event</i> MRCCC tahun 2011 – 2012 .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hubungan Relasi Media .....	35
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

<i>Draft Wawancara dengan dr. Edvina (Staf Marketing Communication MRCCC) ...</i>	L1
<i>Draft Wawancara dengan Ibu Agustine (Manager Marketing MRCCC) .....</i>	L4
<i>Draft Wawancara dengan Bapak Wely Kurniawan (Jurnalis Suara Pembaruan) .....</i>	L7
<i>Draft Wawancara dengan Ibu Marina Arikha (Jurnalis Investor Daily) .....</i>	L11
<i>News Monitoring, Media Online: <a href="http://www.beritasatu.com">www.beritasatu.com</a> .....</i>	L13
<i>News Monitoring, Media Online: <a href="http://www.mediaindonesia.com">www.mediaindonesia.com</a> .....</i>	L16
<i>Artikel MRCCC di Media Cetak: Suara Pembaruan, 28 Februari 2012 .....</i>	L18
<i>Artikel MRCCC di Media Online: <a href="http://www.marketplus.com">www.marketplus.com</a>, 4 Februari 2012 .....</i>	L19
<i>Artikel MRCCC di Media Online: <a href="http://www.fokusindonesia.com">www.fokusindonesia.com</a>, 27 Februari 2012 ....</i>	L20
<i>Keluhan Pasien MRCCC di Kolom Komentar Media Online: <a href="http://www.okezone.com">www.okezone.com</a> ...</i>	L21
<i>Keluhan Pasien MRCCC di Blog: <a href="http://www.multiply.com">www.multiply.com</a> .....</i>	L22
<i>Artikel Keluhan Publik Eksternal di Media Cetak: Koran Tempo .....</i>	L23
<i>Flyer Hari Kanker Sedunia 2012 .....</i>	L24
<i>Flyer Hari Kanker Anak Internasional 2012 .....</i>	L25
<i>Flyer Hari Hemofilia Sedunia 2012.....</i>	L26
<i>Flyer Bedah Buku: Kesehatan Populer Bagi Wanita .....</i>	L27
<i>Situs Resmi Siloam Hospitals Group: <a href="http://www.siloamhospitals.com">www.siloamhospitals.com</a> .....</i>	L28
<i>Email Management Internal MRCCC .....</i>	L29
<i>Kegiatan Publikasi dan Iklan Melalui Media dan Poster .....</i>	L30
<i>Wawancara dengan Jurnalis Suara Pembaruan via email .....</i>	L32
<i>Wawancara dengan Jurnalis Investor Daily via email .....</i>	L33

Foto Wawancara dengan Ibu Agustine ( <i>Manager Marketing MRCCC</i> ) .....	L34
Foto Wawancara dengan dr. Edvina ( <i>Staf Marketing Communication MRCCC</i> ) ...	L35
Foto <i>Event</i> Hari Hemofilia Sedunia, 17 April 2012 .....	L36
Foto Kegiatan <i>Talkshow</i> di Kedutaan Besar Jepang, 15 Maret 2012 .....	L37
Foto Kegiatan <i>Bazaar</i> di JICC, 22 Mei 2012 .....	L38
Foto Kegiatan <i>Sponsorship Event “Eco Walk Bike”</i> , 25 Maret 2012 .....	L39
Foto Bersama Staf MRCCC Siloam <i>Hospitals</i> Semanggi .....	L40
Surat Keterangan Kerja Praktek di MRCCC .....	L41